

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi usaha produk air kesehatan Sondari, dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan oleh CV. Berkah Teguh Meratani telah disesuaikan dengan kondisi dan kemampuan usaha, serta mempertimbangkan karakteristik pasar dan konsumen. Penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai pendekatan-pendekatan strategis yang dijalankan oleh pelaku usaha dalam mempertahankan dan mengembangkan produk herbal lokal di tengah tantangan pemasaran modern dan dinamika persaingan usaha, berikut penjelasannya;

1. Strategi pemasaran produk yang di CV. Berkah Teguh Meratani sangat beragam bentuk dan macamnya, sebagaimana dijelaskan bahwa strategi pemasaran yang efektif harus mencakup berbagai aspek penting secara terpadu untuk mencapai keunggulan kompetitif dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Yang pertama strategi penetapan harga produk yang tepat menjadi kunci utama dalam menarik minat konsumen sekaligus menjaga keberlanjutan bisnis, dengan ini harga produk harus ditetapkan berdasarkan analisis biaya, nilai yang dirasakan oleh pelanggan, dan harga pesaing. Dan untuk produk air kesehatan sondari ini menggunakan penetapan harga yang tidak tetap, harga dapat dipengaruhi beberapa faktor yaitu permintaan serta lokasi pengiriman produk. Selain itu, strategi komunikasi yang kuat dan konsisten sangat penting untuk membangun serta mempertahankan citra positif produk di mata konsumen. Optimalisasi promosi produk yang mana menjadi kunci utama untuk meningkatkan visibilitas di pasar dan menarik minat konsumen, baik melalui media digital yang menjangkau audiens luas secara efisien maupun media konvensional yang membangun kedekatan secara langsung. Di samping itu, inovasi produk, khususnya dalam bentuk kemasan yang menarik dan fungsional, serta pemenuhan aspek legalitas seperti sertifikasi atau izin edar yang sesuai dengan spesifikasi produk air kesehatan sondari ini, dan juga menjadi faktor penting dalam membangun

kepercayaan dan memperluas distribusi produk secara legal dan aman. Tak kalah penting, membangun kerjasama tim yang solid serta relasi yang baik dengan mitra bisnis, konsumen, dan pihak terkait lainnya. Dengan mengintegrasikan strategi promosi, inovasi, dan kolaborasi, perusahaan dapat lebih siap menghadapi tantangan pemasaran serta memperkuat posisi produk di pasar secara berkelanjutan.

2. Hambatan dan tantangan dalam pemasaran produk merupakan aspek yang kompleks dan saling berkaitan, seperti yang harus dihadapi oleh pemilik usaha air kesehatan sondari. Seperti hambatan internal yang man terjadi karena kurangnya komunikasi antardivisi dan koordinasi tim yang lemah, dapat menghambat kelancaran strategi pemasaran secara menyeluruh. Sementara itu, hambatan eksternal seperti ketergantungan pada pihak ketiga, dan dinamika pasar. Selain itu, hambatan regulasi dan legalitas, seperti proses perizinan yang rumit, keterbatasan pemahaman terhadap standar hukum, serta kebutuhan akan sertifikasi tertentu, sering kali menjadi kendala utama bagi pelaku usaha dalam mengedarkan produk, khususnya pada produk herbal. Di sisi lain, hambatan distribusi seperti keterbatasan infrastruktur, jarak tempuh yang jauh, kondisi cuaca, serta pengemasan dan transportasi yang kurang optimal dapat menyebabkan keterlambatan pengiriman, menurunkan kepuasan pelanggan, dan merusak citra produk. Selanjutnya mengenai tantangan yang dihadapi proses pemasaran mencakup keterbatasan sumber daya, serta perubahan teknologi yang menuntut adaptasi yang cepat.
3. Keberhasilan strategi usaha yang menggabungkan pendekatan konvensional seperti promosi dari mulut ke mulut dan relasi personal dengan konsumen dengan strategi digital melalui media sosial telah menghasilkan efek yang signifikan dalam memperkuat lingkungan sosial dan ekonomi di Desa Purwasari. Salah satu dampak nyata dari strategi ini adalah peningkatan aktivitas usaha mikro di sekitar lokasi usaha, termasuk warung makan, toko kelontong, dan jasa transportasi lokal. Fenomena ini menunjukkan bahwa strategi bisnis yang diterapkan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga membuka peluang baru bagi masyarakat lokal untuk

terlibat aktif dalam ekosistem ekonomi yang terbentuk. Lebih lanjut, keberadaan usaha ini telah mendorong terciptanya ekosistem ekonomi yang inklusif dan saling mendukung antara pelaku usaha utama dan usaha mikro di sekitarnya. Interaksi yang terbangun menciptakan sinergi positif dalam pertumbuhan ekonomi lokal, di mana masyarakat tidak hanya berperan sebagai tenaga kerja, tetapi juga menjadi bagian integral dari rantai nilai yang mendukung keberlanjutan usaha. Dengan demikians usaha produk air kesehatan Sondari memiliki peran strategis dalam memperkuat fondasi ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, serta pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas. Dampak tersebut tidak hanya bersifat jangka pendek, tetapi juga berpotensi memberikan kontribusi yang berkelanjutan terhadap kesejahteraan masyarakat Desa Purwasari secara menyeluruh.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, maka peneliti mengemukakan beberapa saran, diantaranya yaitu:

1. Bagi Perusahaan, perusahaan perlu mengidentifikasi dan mengelola hambatan-hambatan secara sistematis melalui strategi yang adaptif, peningkatan kapasitas internal, serta kolaborasi yang efektif agar pemasaran produk dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan.
2. Bagi Pemilik usaha produk air kesehatan sondari diharapkan untuk dapat mengembangkan dan menggali potensi bagi para karyawan, yang mana diharapkan kedepannya dapat memberikan manfaat kembali bagi keberlangsungan produk air kesehatan sondari.
3. Bagi seluruh karyawan CV.Berkah teguh meratani semoga kedepannya dapat semakin profesional serta selalu bekerjasama guna menyongsong keberhasilan bersama.